

艺术的阴谋 ——在精英和大众文化之间

王桂亭

(华侨大学文学院,福建泉州 362021;厦门大学中文系,福建厦门 361005)

摘要:在精英文化和大众文化之间,存在着广阔的“灰色地带”。在现代社会,艺术的命名权和话语权大多由精英掌握。在一定程度上,精英文化可以说是一种话语建构,是所谓精英阶层维护其话语权的阴谋。在现代性发展初期,大众文化可以丰富人们的感性生活,具有积极意义。我们应该用包容的心态对待审美的自律和泛化。

关键词:大众文化;精英文化;审美

中图分类号:I206

文献标识码:A

文章编号:1004-4310(2009)01-0019-03

当代,面对风起云涌的大众文化,许多知识分子忧心忡忡。他们秉承西方马克思主义文化批评家对大众文化的批判精神,反抗艺术的世俗化、商品化和同质化。在我国,进入20世纪90年代之后,一些知识分子深感当代人文环境的变化,开始了对大众文化的检讨,同时对知识分子文化地位加以反省。在他们眼中,大众文化是不能登大雅之堂的,是人文精神的一种堕落。知识分子对大众文化的怨言与当代中国社会转型不无关系。改革开放以来,中国社会文化开始突破一元化格局,步入多元化时期。知识分子由文化中心走向了社会的边缘,知识分子不再扮演民众导师的角色。可以说大众文化是现代化进程中的必然产物,是感性的解放,因此,对大众文化的批判如果不作细致考察的话,往往有陷入反现代性陷阱的危险。

—

对于大众文化,美学界一直存在两种对立的声音:一是对大众文化的美学批判;一是对大众文化的美学辩护。前者可以追溯到法兰克福学派对“文化工业”的批评。美国文艺批评家麦克唐纳和詹明信、英国的利维斯夫妇、法国的布尔迪厄等都从不同角度质疑大众文化。为大众文化的美学辩护的代表人物有美国的实用主义美学家舒斯特曼等。

文化的分化和社会分化的进程相一致。大众文化的兴起,可以说是市场经济发展的必然结果。首先,经济发展造就了一个“市民社会”,成为大众文化生存和发展的社会基础。社会被分为大众和精英两个不同阶层,他们有各自的教育背景、艺术趣味和社会身份。其次,进入当代社会后,由于传统社会

伦理和政治价值的衰落,艺术不再直接充当意识形态斗争的工具,而变为获取商业利益的途径之一。最后,艺术与大众传媒相结合,传媒成为大众文化的主要载体,大大拓展了艺术传播空间。

在传媒工业出现以前,教育相当滞后,艺术资源相当匮乏。技术的落后,使文学艺术的生产和传播的成本居高不下,影响了有限的文学资源的分布和流向。占有符号意味着享有较高的社会声望,这样符号成了权力的中介。在古代社会,文化资源主要被少数权力精英垄断,在西方主要为僧侣和上流贵族所把持,在中国则是“士”阶层来掌握。为了维护既得利益,他们常常故意把艺术神秘化或者神圣化。这在中外古典文献中屡见不鲜,古希腊学者认为,诗人是神的代言人,诗人之所以写作是由于神灵的启示。在封建等级制度的庇护下,出现了对文本的有意崇拜,文章被拔高成了“经国之大业,不朽之盛事”(曹丕《典论·论文》)。某些作者自命为民众的代言人,为他们提供某种终极价值和思想工具。在过去等级森严的社会中,知识分子成了文化趣味的制定者和评判者。

现当代一些学者强调文学艺术的“自律”和“陌生化”效果,在一定程度上也是为了维护艺术生产的神圣性。自古登堡发明印刷机以来,大众传媒的出现使文学艺术的生产和消费渐成规模,技术进步导致艺术资源的膨胀,艺术教育得到了普及,机械复制代替了手工抄写。传播技术的发展,使文学艺术的生产和消费的成本下降,文化资源在不断贬值,文学艺术的神秘性被破除。同时,伴随着现代科学理性的推进,人文知识分子在注释经典性文本方

收稿日期:2008-11-16

作者简介:王桂亭,男,安徽和县人,华侨大学文学院讲师,厦门大学中文系博士生,主要从事艺术传播学研究。

面的优势地位丧失殆尽,由此导致了知识分子的角色危机。与科技专家相比,人文知识分子失去了其重要地位,他们在社会文化方面的权威被限制在学院内部。

精英文化的衰落与大众文化的兴起几乎是同步的。大众文化的出现,特别是大众文化与商业资本的结合,使艺术作品成为一般的消费品。这就改变了知识分子在文化生产过程中的地位。在当代,市场规律扮演着过去知识分子的角色,成为大众接受文化产品的依据。“大众文化批判理论在一些反批判者眼中,是表现了某些知识分子集团中的怨言,怨言的起因是大众文化以及这文化带来的大众的民主,对这些集团历来享有的特权构成了威胁。突然间,他们发现自己作为文化教育者和趣味仲裁者的权威地位被动摇了。”^[1]一部分精英知识分子不甘心大众传媒对艺术自身传统地位的瓦解,开始主动调整艺术生产策略,重新确定文学艺术的神圣性和稀缺性。在他们的笔下,文学艺术走向了“陌生”和“晦涩”。这样,文化阵营就分化成了精英文化和大众文化。

二

大众文化是和精英文化相对而言的。在现代性进程中,和谐的古典文化逐渐解体,在分化的基础上出现了大众文化和精英文化的对立。“在古典文化中,精神和物质、个体和社会、感性和理性尚处于相对的和谐状态之中,然而,现代文化的形成打破了这种和谐,进而构成了尖锐的对立冲突。”^[2]我们可以从生产者、接受者、产品、与世界的关系和文化功能等五个角度总结大众文化和精英文化的差异:

	生产(者)	接受(者)	产品	世界	功能
大众文化	文化商人的迎合制作	大众	复制化、同质性、低俗等	审美的日常化	他律、商业目的
精英文化	独立知识分子的自我描绘	少数圈内人	个人风格、高雅等	艺术与经验的分离	“解放”、“自律”等

从作者和读者的关系角度考察,精英文化是作者为主导的具有深刻(有时是很深)文化内涵的“纯艺术”,大众文化是为一般受者量身定做的媚俗的文化;从作者与文本的关系考察,精英文化追求的是陌生化效果,大众文化则以通俗的方式传情达意;从文本和受者的关系看,精英艺术是晦涩难懂的,大众艺术是通俗易懂的。如果说精英文化的生产是“差异性”生产的话,那么大众文化的生产则是“标准化”的。“差异性”生产的创作主体有意于充当民众的代言人角色,试图把自己当作了大众的“精神导师”。“差异性”生产的差异来自艺术生产主体的刻意追求,试图以不可重复的个人风格巩固和加强自己的权威性。标准化生产是没有“韵味”的机械

复制,它以同质性淹没了作者的个性。“同质化”是为了迎合公众,“差异性”是为了引导公众。

大众文化的制作者为了降低成本获取利润最大化,通过复制,按照美学平均化原则,为大众制作同质性和低俗的文化产品,形成了“日常生活的审美化”。正是看到了大众文化的上述特性,以法兰克福学派为代表的很多学者对其开展了美学批判。其中最重要的是对大众文化“快乐原则”的批判。

“娱乐”在很多理论家眼里是一个贬义词。霍克海默在《启蒙辩证法》里这样来看待“娱乐”的:“快乐意味着点头称是。然而,要想做到这一点,就需要与总体的社会进程隔离开来,需要使自己变得麻木不仁,需要无情地抛弃对所有作品,甚至是那些索然无味的作品的必需的苛求,从而在作品的界线之内来反思整体。快乐意味着什么都不想,忘却一切忧伤。根本上说,这是一种孤立无助的状态。其实,快乐也是一种逃避,但并非如人们认为的那样,是对残酷现实的逃避,而是要逃避最后一丝反抗观念。娱乐所承诺的自由,不过是摆脱了思想和否定作用的自由。”^[3]这里霍克海默只是看到了娱乐的消极意义,认为快乐不仅意味着对现实的逃避,更重要的是在廉价的快乐中,人们失却了反思和判断的能力,消解了人们的反抗意识。

早期法兰克福的思想家们主要从“解放”的角度赋予了艺术的救赎功能,把娱乐理解为“解放”的敌人,他们只是看到了大众在文化面前的被动性,没有看到大众对文化也有着自己的判断。我们看到大众文化与精英文化的对立的同时,也要看到它们之间存在广阔的“灰色地带”。

三

精英知识分子对以影视为代表的大众文化的批判,理由之一是认为大众文化只是生产廉价的娱乐。西方自柏拉图以来的智识传统使艺术和娱乐对立起来。娱乐是个中性词,《说文解字》对“娱”的解释:“娱,乐也,从女吴声。”娱乐这个词是同义复指,就是快乐。娱乐性对大众文化来讲十分重要,一方面和当前的消费社会相适应,是人宣泄情绪的需要;另一方面,艺术要发挥所谓的认识、教育和陶冶功能,必须以娱乐功能为基础。古罗马的贺拉斯提出了“寓教于乐”的观念。在这种观念下,“教”是目的,“乐”是手段,即使是严肃的艺术也包含着世俗的娱乐精神。在一定程度上我们可以说没有“娱乐”就没有了艺术。

大众文化虽以娱乐为目的,但是也能给人以审美享受。“辩护通俗艺术的最强烈和最迫切的理由是,它给我们(即使是知识分子)提供了太多的审美满足,以至于不能接受它被大规模地公然抨击为降低品位的、灭绝人性的以及在美学上非法的。”^[4]不是所有的快感都是美感,但是美感肯定提供给人快

乐。审美体验不是纯粹的精神现象,还包括身体性的体验,是欲望的升华和满足。此外,受众是千差万别的,我们很难断定一件艺术品引发接受者到底是“暂时的快感”还是“永恒的美感”。从都能满足人们的审美需求看,大众文化与高雅文化的区分就不甚明显了。

精英文化通常被认为是高雅的,大众文化则是低俗的。实际上,高雅文化与大众文化之间的界限是很难确定的。“历史自身明白地告诉我们,一种文化的通俗娱乐(如古希腊甚至伊丽莎白时代的戏剧)可以变成随后时代的高级经典。实际上,甚至就在同一个文化时期,一个被给与的作品是作为通俗的还是高级的艺术发挥作用,取决于它被公众怎样理解和利用。在19世纪的美国,莎士比亚既是高级戏剧,也是歌舞杂耍。”^[5]影视艺术也是这样,早期很多影视作品在今天焕然成经典,如卓别林、希区柯克的作品。因此,从某种程度上说,大众文化与高雅文化之间并没有不可逾越的鸿沟。

大众文化遭到诟病的另一个原因是:大众文化常常和传媒连在一起,与机械复制相“勾结”,造成文化产品的标准化、同质化。进而形成人的思想的同一化。也就是说,大众文化还承担着资本和技术的意识形态的控制功能。这里,大众被看成只能被动接受意识形态灌输的“群氓”,是彼此毫无联系、失去人文精神的孤立的个体。大众是不是无动于衷的“沉默的多数”?答案是否定的。伯明翰学派对受众心理研究证明,受众不是“靶子”,观众对文本有多重解读方式。他们否认文本有一个统一的、固定不变的意义,承认文本的开放性,把受众当作具有反思能力的主体,甚至传者本身也是受者,具有不确定性。当代文化民主为大众的自我表达提供了空间。大众不再是消极意义上的被动接受者,而是参与了艺术活动的全过程。这就是说,在文化工业环境下,大众一方面是观念“灌输”的对象,这一点上他们是被动的;另一方面大众又对这种“灌输”进行反叛和修正,又具有某种主动性。

因此,产品美感的多寡、雅俗的不同、受众的反应等都不是精英文化和大众文化最根本的差异,最重要的是生产者的差异,这样就涉及精英与文化商人的身份以及他们的艺术观问题。一般认为,精英是所谓的独立知识分子,文化商人是市场艺术家。实际上两者很难区分,精英文化也可能受市场欢迎,市场艺术家也可能创作出精致的艺术作品。所谓的精英并没有一个确定的定义和衡量标准,很大

程度上是某些人自封的。在现代社会,艺术的命名权和话语权大多由精英掌握。在一定程度上,精英和精英文化可以说是一种话语建构,是所谓精英阶层维护其话语权和社会身份的阴谋。

关于大众文化的批判涉及对艺术概念的理解问题。如果我们把艺术活动理解为具有世俗精神的审美活动的话,大众文化实际上是一种审美的泛化,它打破了审美形象的封闭性,形成审美的开放形态。从丰富人们的感性生活看,大众文化是有它的积极意义的。如文艺复兴时期,卜伽丘的《十日谈》、拉伯雷的《巨人传》等作品很大程度上就是通过对人的感性的肯定,来否定十世纪的宗教理性和禁欲主义。也正是从这个意义上,我们可以认为当代雅文化与俗文化有合流趋势。但是,如果我们把艺术理解为具有内在价值和反思超越意义的话,那么大众文化显然缺乏这个维度。从这个角度看,当代文化又有雅俗二分现象。俗文化的消极面就是缺乏超越性,如果任由感性的泛滥,则会伤害艺术的审美性。感性的膨胀最终导致人缺乏超越性追求,沉醉在现实感性中。现实感性的极端化表现就是色情和暴力,是人性的恶。大众艺术如果缺乏超越性维度,就容易堕落进庸俗的深渊。通俗和庸俗之间只有一步之遥。

结论

当代知识分子对大众文化的批判往往是站在精英主义立场上,坚持的是艺术活动的自律性,反对艺术的泛化。因此,在当代审美实践中存在审美的自律与拓展的悖论。如何解决这种悖论呢?这可能需要我们有的一种包容心态,我们要看到当代社会走向多元化的事实,不要因为坚持审美自律而放弃审美的拓展,反之亦然。特别是在现代性发展初期,注重感性的大众文化是有解放感性的积极意义的。当然,在现代性充分发展阶段,缺乏超越维度的大众文化,有可能走向庸俗,这又是我们需要警惕的。

参考文献:

- [1]陆扬、王毅.大众文化与传媒[M].上海三联书店,2000,28.
- [2]周宪.文化表征与文化研究[M].北京大学出版社,2007,31.
- [3]霍克海默、阿道尔诺.启蒙辩证法[M].上海人民出版社,2003,161.
- [4][5]理查德·舒斯特曼.实用主义美学[M].商务印书馆,2002,226、225.